DIANA COSTEA

TREI ESEURI DE ECONOMIE POLITICĂ

Terra Libertas

Diana Elena Costea (1975-2008) a fost membru co-fondator și director executiv al Institutului Ludwig von Mises România, cadru didactic al Facultății de Științe Politice, Universitatea București, promițătoare cercetătoare a teoriei economice a Școlii austriece, plecată dintre noi prea repede.

Cuprins

Notă introductivă.....2
Leul „greu” şi inflaţia.....3
De ce ne temem de monopol?.....13
„Ce se vede şi ce nu se vede” … pe panourile electorale.....21

Notă introductivă

Cele trei texte au fost publicate pe *MisesRo* în anul 2004

Leul „greu" și inflația. [Iun. 2004] Obiectivul articolului este acela de a elucida, în cadrul teoretic al Școlii austriece de economie, câteva dintre misterele ce înconjoară noul instrument de politică monetară – denominarea. Este denominarea monedei mijlocul adecvat pentru stoparea creșterii generalizate a prețurilor? Ce sunt anticipările inflaționiste, care este cauza apariției lor și în ce măsură sunt responsabile de creșterea prețurilor? Răspunsurile la aceste întrebări ne vor convinge că autoritatea monetară mizează, o dată în plus, pe rezolvarea problemelor prin accident istoric.

De ce ne temem de monopol. [Aug. 2004] Aplicată unei piețe libere, teoria neoclasică a monopolului ridică două mari probleme: economic, lucrează cu un concept științific invalid de preț de monopol; etic, sprijină inițierea violenței împotriva unui producător non-agresiv. În contextul intervenției statului prin impunerea unor bariere instituționale în calea schimburilor libere, discuția își recapătă însă vigoarea teoretică. De data aceasta, împotriva privilegiilor speciale create de stat.

„Ce se vede și ce nu se vede"... pe panourile electorale. [Dec.2004] Aplicată propagandei activismului etatist – ce include publicitatea electorală – înțelepciunea unui liberal clasic ca Frederic Bastiat ne reamintește bunul-simț economic. Anume, că orice acțiune are costuri – alternativele cele mai valoroase la care persoana renunță; domeniul etatist de impozitare (agresivă) și de redirecționare a resurselor se supune aceluiași principiu economic, cu observația că mecanismul agresiv al redistribuirii risipește resursele, i.e. le dedică atingerii unor scopuri mai puțin apreciate de proprietarii lor legitimi.

Leul „greu” și inflația

Principalul argument pe care BNR fundamentează introducerea unui leu „greu” pe piață este acela de reducere a inflației, printr-o temperare a anticipărilor inflaționiste ale populației. Articolul de față își propune să investigheze în ce măsură mijlocul utilizat de BNR (denominarea leului) este adecvat scopului propus, și anume acela de reducere a creșterii prețurilor. Să precizăm că problema teoretică pe care ne propunem să o elucidăm aici este independentă de aplicarea ei în practică de BNR, la un anumit moment.

În primul rând, prin simpla denominare nu se reduce rata creșterii prețurilor în raport cu un moment anterior. Pentru a explica, ne vom referi la variația procentuală a prețului unui anumit bun pe piață. Să presupunem că azi acesta este de 100 000 lei, iar peste un an și în urma denominării este de 13 lei „grei”. A crescut prețul, a scăzut?

Pentru a calcula un indice de variație a prețului – P_1/P_0*100 – este necesar să stabilim dacă leul „vechi” este același bun cu leul „greu” sau să găsim o legătură între cele două bunuri. Cum ni se spune foarte clar că 10 000 lei vechi înlocuiesc 1 leu nou, este evident că nu putem considera cele două bunuri (leul vechi și leul nou) ca fiind identice (legea utilității marginale ne spune că o cantitate mai mare dintr-un bun – 10 000 lei vechi – are o utilitate mai mare (ocupă o poziție superioară) pe scara de valori a individului decât o cantitate de dimensiuni mai reduse din același bun (1 leu vechi)). Așadar, trebuie operată convertirea leilor noi în lei vechi sau invers pentru calculul simplu al unui indice individual al prețurilor. Simpla denominare nu a diminuat creșterea prețului bunului în cauză, tot astfel cum exprimarea masei unei persoane în tone în loc de kilograme nu înseamnă în mod automat că aceasta a slăbit.

Rămâne de cercetat, în cele ce urmează, dacă trecerea la un leu greu afectează *în viitor, în mod sistematic* variația prețurilor, printr-o modificare a anticipărilor inflaționiste ale populației. Așadar, ne propunem să răspundem, în cele ce urmează, următoarelor întrebări: Sunt anticipările inflaționiste un factor independent al creșterii prețurilor?

Dacă nu, cine sau ce este responsabil pentru creșterea prețurilor? Care este importanța relativă a anticipărilor inflaționiste în schema creșterii prețurilor? Dacă soluția-miracol a denominării se dovedește teoretic a fi o iluzie, cu ce altceva o putem înlocui?

Ce este inflația?

Definiția larg acceptată a inflației în momentul actual are în vedere creșterile continue, generalizate ale prețurilor. În încercarea de a diferenția cauza unui fenomen de efectele acestuia, vom utiliza, în schimb, o altă definiție (a Școlii Austriece de economie) a inflației. În sistemul actual cu monedă fiduciară, inflația reprezintă creșterea masei monetare în sens larg, înfăptuită, așadar, fie printr-o tipărire de bancnote, fie prin acordarea de credite fiduciare (mărimea creditelor ce depășesc economisirea anterioară realizată de populație și încredințată băncilor în depozitele la termen, precum și fondurile proprii ale băncii, destinate acordării de împrumuturi – credite a căror apariție se datorează practicării de către bănci a rezervelor fracționare). Creșterea masei monetare conduce la creșteri non-proporționale și neconcomitente ale prețurilor, în urma afectării diferite a veniturilor diverselor persoane în economie.

Din perspectiva acestei definiții date inflației, rămâne de demonstrat că o creștere de acest gen a prețurilor – generalizată și continuă – poate fi cauzată *doar* de creșteri ale masei monetare, așadar, că explicațiile non-monetare date creșterilor de prețuri sunt eronate.

Trei dintre acestea – creșterea prețului unui factor de producție cu o arie largă de utilizare (într-o mică măsură specific), creșterea salariilor, lăcomia producătorilor/vânzătorilor – au la bază o teorie greșită a valorii. Raționamentul lor este următorul: creșterea prețului unui factor de producție (un bun de capital și/sau munca) sau simpla dorință a vânzătorilor conduce, în mod automat, la creșterea prețului de vânzare al bunurilor, sugerându-se astfel că prețul unui bun este determinat de costul său de producție sau că vânzătorul poate impune consumatorului orice preț dorește, printr-o mărire a așa-numitei marje a profitului, incluse în prețul de vânzare.

Vom arăta în cele ce urmează că relația dintre prețul unui bun și prețul factorilor ce au contribuit la producerea sa este inversă, adică întreprinzătorul-capitalist întâi anticipează prețul viitor al bunului pe piață, și numai apoi licitează (cumpără) factori de producție în limita acestui preț anticipat. De exemplu, nu va fi dispus să ofere pentru un factor de producție 1 milion de lei în prezent, dacă *propria* anticipare a prețului de vânzare al bunului este, *ceteris paribus* (considerând neschimbată puterea de cumpărare a banilor), de 0,8 milioane lei. Ar însemna că, în cunoștință de cauză, își aruncă banii pe fereastră.

Că este obligat să procedeze astfel rezultă din aceea că factorii de producție și bunul rezultat din combinarea tehnologic validă a lor se găsesc praxeologic într-o relație mijloc – scop. Valoarea (monetară a) mijloacelor utilizate (factorii de producție) este în mod necesar mai

scăzută decât valoarea scopului de atins cu acestea (a bunului produs). De asemenea, dimensionarea concretă a cantității de factori de producție de achiziționat necesită anticiparea contribuției lor monetare viitoare la veniturile rezultate din utilizarea lor (a produsului lor marginal actualizat).

Cu toate că nu respectă secvența temporală cauză – efect, agreată în cercetarea economică *mainstream*, prețurile factorilor de producție depind de prețul de vânzare anticipat al bunului.

Bunul-plac al vânzătorului în „fixarea" prețului este îngrădit. (Calea prin care acesta încearcă să obțină un preț și un venit superior – *ex-post*, după obținerea producției – este prin restrângerea cantității oferite, sperând că oferta sa va întâlni o cerere inelastică. O asemenea politică nu poate fi însă decât urmarea unei erori antreprenoriale. Ar fi fost mai ieftin să fi cumpărat de la bun început factori de producție doar pentru producerea cantității mai reduse, ce se dovedește mai remunerativă. Și această situație se încadrează perfect în schema noastră: anume, rezultatul încercării sale de atingere a unui preț și a unor venituri totale superioare depinde de configurația preferințelor cumpărătorilor. Nu încercăm aici să incriminăm această decizie a producătorului – proprietar de bunuri, ci doar să reafirmăm subordonarea logică, natura lă a producției față de consum.)

Să ne amintim că prețul nu este altceva decât cantitatea dintr-un bun numit monedă, acceptată *de comun acord* de cumpărător și de vânzător în schimbul unui alt bun. Pe o piață liberă, așadar în condiții non-agresive, de respectare a drepturilor de proprietate, singurul mijloc pe care îl poate utiliza vânzătorul în pledoaria sa pentru un preț superior este persuasiunea. Cumpărătorul posedă o anumită proprietate (banii) la care e dispus să renunțe conform propriilor preferințe (propriei scări de valori).

Dacă afirmația că vânzătorul poate pur și simplu transfera creșterile prețurilor factorilor de producție, dată fiind cantitatea oferită și date fiind preferințele consumatorilor, acestora din urmă este adevărată, problema stabilirii prețului nu este rezolvată. Ar fi echivalent cu a spune că vânzătorii pot impune prețuri cât de mari doresc: dar cât anume sunt aceste prețuri? Care este limita lor superioară? Încercarea unui vânzător de a obține un preț cât mai ridicat pentru bunul său și cea a unui cumpărător de a plăti un preț cât mai scăzut sunt temperate de dorința amândurora de încheiere a tranzacției. Așadar, prețul nu poate depăși cea mai ridicată sumă de bani pe care e dispus să o dea cumpărătorul și nici nu poate fi inferior sumei celei mai scăzute pe care e dispus să o accepte vânzătorul.

De aici rezultă că simpla creștere a prețului unui factor de producție nu conduce în mod automat, *ceteris paribus*, la creșterea prețului bunului produs cu acel factor.

Clarificarea acestui *ceteris paribus*, și anume care sunt condițiile presupuse a fi constante, ne indică și elementul care duce la creșterea prețului. În primul rând, resursele monetare ale producătorului sunt considerate constante. Cu acestea el poate achiziționa o cantitate mai redusă din factorul de producție al cărui preț a crescut. În consecință, cantitatea de bunuri pe care o aduce pe piață este mai mică decât altminteri. Competiția dintre cumpărători pentru achiziția bunului în cauză, acum mai acerbă, îi va elimina, în mod natural, pe cumpărătorii potențiali marginali. Așadar, prețul va fi mai ridicat *deoarece* oferta tranzacționată este mai redusă. Să remarcăm și faptul că pentru producător creșterea prețului factorului de producție nu este o plăcere, chiar dacă scăderea cantității oferite conduce la o creștere a prețului. Veniturile totale pe care le încasează acum sunt mai reduse, altfel ar fi scăzut de la bun început cantitatea oferită pe piață, înainte de creșterea prețului factorului.

Nu numai resursele monetare ale producătorului sunt constante, dar și cele ale consumatorilor sunt astfel. Dacă dorim să cercetăm o relație cauzală *independentă* între creșterea prețului unui factor de producție și creșterea *generalizată* a prețurilor, va trebui să considerăm nemodificată masa monetară. Așadar, cu venituri monetare constante, consumatorii (supra-marginali) care plătesc acum un preț mai ridicat decât altminteri pentru bunul luat în discuție sunt nevoiți să-și reducă cererea pentru alte bunuri și servicii. În consecință, prețurile acestora vor scădea, *ceteris paribus*.

Concluzia este că, în condițiile unei mase monetare nemodificate, nu este posibilă creșterea generalizată a prețurilor, dată fiind cererea de monedă a indivizilor.

O altă explicație dată creșterii generalizate a prețurilor face apel la diminuarea cererii de bani a populației, ca urmare a anticipărilor inflaționiste ale acestora. (Uneori se face referire la creșterea vitezei de circulație a banilor, dar acest concept este lipsit de orice semnificație economică relevantă pentru acțiunea individului, nu este decât un construct macroeconomic derivat din ecuația schimburilor.)

Pe o piață liberă, scăderea cererii de deținere monetare ar însoți diminuarea incertitudinii viitorului, așa cum este ea percepută de indivizi, în urma creșterii cantității de bunuri și servicii (urmare firească a cooperării sociale), a dezvoltării unor servicii financiare etc. Condițiile în care s-ar manifesta scăderea cererii de monedă sunt

compatibile cu o tendinţă de diminuare a preţurilor, nu de creștere continuă a acestora[1].

Vom lua în discuție, în cele ce urmează, legătura dintre anticipări și formarea prețurilor.

Rolul anticipărilor inflaționiste în creșterea prețurilor

Teorema misesiană a regresiei[2], utilizată pentru a arăta că în mod necesar banii au apărut pe o piaţă liberă, dintr-o marfă cu o cerere anterioară, non-monetară, permite totodată descifrarea unui element definitoriu al cererii de monedă în sens restrâns (cererea pentru deținеri monetare). Cererea de bani își găsește în evoluția anterioară a prețurilor un punct de plecare necesar pentru anticiparea prețurilor viitoare. De accentuat în această frază atât sintagma „punct de plecare”, cât și calificativul „necesar”, pentru că, anticipând prețurile viitoare, nu există nici un motiv constrângător ca individul să se comporte ca un automat lipsit de capacitatea învățării și a anticipării. Pe de altă parte, absența cunoașterii prețurilor anterioare îl pune pe individ în imposibilitatea de a-și forma o opinie cu privire la cât să ceară și să dețină din acest bun – banii—care nu-i oferă nici satisfacție directă în consum, nici mulțumire indirectă prin participarea, în calitate de factor de producție, la obținerea bunului de consum.

Renunțarea la adevărul exprimat în teorema regresiei ne-ar pune în situația de a nu putea explica de ce indivizii manifestă o anumită cerere monetară. Cu atât mai mult nu am mai putea dovedi legătura dintre anticipările inflaționiste și cererea de bani.

Prețuri trecute în creștere față de un moment anterior influențează, bineînțeles, anticipările indivizilor, care își vor adapta schimburile noilor condiții, inițial printr-o creștere a cererii de monedă, în speranța că totul va reveni la normal în curând, apoi printr-o scădere a cererii de monedă (a deținerilor monetare). Anticiparea creșterii prețului viitor al unui bun va transforma achiziționarea prezentă a bunului – la un preț mai ridicat decât cel care ar fi fost în absența acestei cereri suplimentare, dar mai scăzut decât prețul viitor anticipat (ținând cont și de considerentele legate de dobândă) – într-o afacere rentabilă pentru individ. Aceste anticipări demonstrate în acțiune duc, evident, la o creștere *prezentă* a prețului bunului, fără ca aceasta să însemne însă că noul preț se suprapune perfect pe anticiparea cumpărătorului. Formarea prețului este supusă unor influențe obiective (cantitate, acțiunile celorlalți vânzători și

1 Vezi George Reisman, *Capitalism: A Treatise on Economics*, Jameson Books, Ottawa, 1998, p 915-916.

2 Vezi Ludwig von Mises, *Acțiunea umană*, cap. XVII, traducere Dan Cristian Comănescu.

cumpărători pe piață etc.) independente de acțiunea sa. Este firesc, așadar, ca prețul viitor să difere de anticiparea cumpărătorului nostru. Neconcordanța dintre prețul viitor al bunului și anticiparea sa va fi luată în calcul în formarea următoarelor așteptări cu privire la prețuri.

Vorbim aici, bineînțeles, despre anticipări operaționalizate, i.e. manifestate în acțiune, care necesită mijloace pentru a influența, într-un mod sau altul, datele pieței. Reducerea cererii de deținere monetare îi furnizează individului mijloace suplimentare – limitate însă – pentru cumpărarea de bunuri prezente și/sau bunuri viitoare, care ar explica, cel mult, creșterea *la un moment dat* a prețurilor.

Trebuie, de asemenea, să distingem între cererea *ex-ante* și cererea *ex-post* de monedă a indivizilor. Prima se manifestă înainte de obținerea veniturilor, a doua desemnează deținerile monetare (cererea propriu-zisă de monedă). Creșterea prețurilor ca rezultat al inflației masei monetare determină creșterea primei – indivizii încearcă să obțină venituri superioare fie prin mijloace economice, prin oferirea unei cantități mai mari de bunuri și servicii, fie prin mijloace politice, prin revendicările salariale sindicale. Dacă recurgerea la mijloacele economice creează condițiile favorabile unei scăderi a prețurilor, presupunând că masa monetară încetează să mai fie augmentată, al doilea tip de acțiune perpetuează inflația. Lupta (politică) pentru obținerea unor venituri superioare dă falsa impresie – dacă se confundă cele două tipuri de cereri de monedă – că dezechilibrul monetar se manifestă la nivelul deținerilor monetare și că o cantitate suplimentară de bani este suficientă pentru refacerea echilibrului. Cererea de deținere monetare, dimpotrivă, s-a diminuat. Indivizii devin din ce în ce mai puțin „clienți” ai mijlocului legal de plată. Cer mai mulți bani sub formă de venit pentru a scăpa apoi cât mai repede de ei prin achiziționarea de bunuri și servicii. Dacă aceste anticipări inflaționiste își găsesc în creșterea continuă a masei monetare mijlocul pentru a se manifesta în acțiune, se ajunge la hiperinflație, la încetarea utilizării monedei respective ca mijloc de efectuare a schimburilor.

Așadar, formarea și demonstrarea în acțiune a anticipărilor inflaționiste – adică a anumitor așteptări privind creșterea viitoare a prețurilor – se datorează în întregime creșterii masei monetare. Încetarea inflaționării banilor, cel puțin pe o perioadă semnificativă, calmează aceste anticipări inflaționiste.

O dovadă empirică?

Un experiment – mental, date fiind condițiile – ne-ar putea convinge că zerourile din „coada” prețurilor nu sunt responsabile ca atare de

variația procentuală a acestor prețuri. Circulația paralelă, pe o durată nelimitată *ex ante* și cu un raport de schimb liber, a leului vechi cu cel nou, în condițiile încetării tipăririi de bancnote vechi și a acordării de credite fiduciare (posibile grație practicării de către bănci a unei rezerve fracționare) exprimate în această monedă, ne-ar convinge că anticipările inflaționiste ale populației pot fi temperate prin încetarea pe o durată relevantă a inflaționării masei monetare. O astfel de măsură ar demonstra dacă într-adevăr anticipările inflaționiste ale populației poartă povara responsabilității creșterii prețurilor, sau dacă nu cumva aceste anticipări inflaționiste sunt, la rândul lor, rezultatul unei creșteri anterioare a prețurilor, imputabile exclusiv creșterii masei monetare.

Tot istoric, să ne aducem aminte că a existat o perioadă în care aceste zerouri nu existau în coada tuturor prețurilor, și totuși aceasta nu a împiedicat rate ale inflației de 300%.

Sau, mai bine, de ce nu se renunță la *legal tender law* (impunerea leului ca mijloc legal de plată) și la controlul cursurilor de schimb, în așa fel încât rezultatul selecției de pe piață – anume moneda cu o putere de cumpărare mai stabilă/cu un curs în creștere față de celelalte – să fie oficial acceptat?

Poate am asista chiar la revenirea monedei-marfă aur, cu un sistem bancar cu acoperire de 100% a depozitelor – ce ar impune în mod natural, prin sistemul proprietății și al raritățiii ridicate a ofertei de aur, limite creșterii prețurilor.

Denominarea monedei – neutră?

Neutralitatea denominării o putem judeca din două perspective complementare. Din punct de vedere etic, denominarea reprezintă o intervenție suplimentară pe piață a statului, prin agentul său monetar – Banca Centrală. Ca orice amestec al statului pe piață, nici această măsură nu este și nu poate fi „neutră” în raport cu piața. Indiferent de forma concretă pe care o îmbracă și de justificarea sa, orice intervenție a statului reprezintă o încălcare a drepturilor de proprietate legitime ale unei părți a indivizilor, însoțită de un proces de redistribuție a avuției. Alegerile marginale ale indivizilor vor fi diferite în noul context, comparativ cu opțiunile lor în absența acestei agresiuni suplimentare. Abordarea etică pune accent pe condițiile – voluntare ori agresive – în care are loc acțiunea individului.

De ce să includem însă denominarea în rândul agresiunilor? Este încălcată cumva proprietatea legitimă a cuiva? Întrebarea relevantă este următoarea: renunță Banca Centrală, prin această măsură, la vreuna dintre atribuțiile sale, ce sunt asociate, în calitate de instituție

a statului, agresiunii? Desigur că nu. Renunță Banca Centrală la monopolul asupra tipăririi de bani? Ia măsuri de reafirmare, dacă nu chiar de restabilire a distincției naturale dintre contractul de depozit și cel de împrumut, ce ar pune capăt legitimării practicării rezervelor fracționare și, implicit, expansiunii creditului? Renunță măcar la impunerea leului ca mijloc legal de plată? Sau lasă absolut liberă formarea cursurilor de schimb? În nici un caz. Oficial, Banca Centrală se înfățișează ca o victimă, ce poartă povara principală a acestei măsuri, anume costurile legate de tipărirea banilor. Nu este greu de imaginat cum vor fi acoperite aceste cheltuieli: fie din taxele percepute, fie prin tipărirea de monedă – ambele, mijloace agresive.

În general, neutralitatea banilor a fost analizată mai degrabă dintr-o perspectivă pur economică, anume impactul direct asupra prețurilor pe care îl are o creștere a masei monetare (realizată prin diverse procedee). Economiștii austrieci – menționându-i aici pe Ludwig von Mises, Murray Rothbard, Joseph Salerno, Hans-Hermann Hoppe, Jörg Guido Hülsmann – susțin non-neutralitatea banilor, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung, adică momentul în care cantitatea suplimentară de bani se va fi „împrăștiat” în toată economia. Difuzarea cantității adiționale de bani însoțește schimburile de bunuri și servicii: posesorii acestor bani vor avea posibilitatea achiziționării unei cantități mai mari de bunuri și servicii decât altminteri, pe seama celor ale căror venituri nu au crescut încă. Așadar, creșterea relativă a veniturilor unor indivizi este cea care explică „revoluția prețurilor”. Date fiind scările de valori ale indivizilor, unii dintre ei vor putea atinge mai multe scopuri, alții mai puține, decât le-ar fi fost cu putință în absența creșterii masei monetare.

Non-neutralitatea banilor exprimă, așadar, impactul exercitat de distribuția diferită a veniturilor pe piață asupra sistemului prețurilor. (Să menționăm aici că cel puțin băncile comerciale vor redirecționa resursele ce sunt cheltuite, în prezent, cu manipularea sumelor mari.)

Se menține această analiză economică în cazul denominării monedei?

Presupunând nemodificate scările de valori ale indivizilor, denominarea s-ar apropia probabil cel mai mult de o măsură monetară neutră, i.e. prețurile relative ale bunurilor ar rămâne neschimbate. Cum procesul înlocuirii monedei vechi cu cea nouă este treptat, este relevant să presupunem o modificare a scărilor de valori ale indivizilor, ceea ce ar susține și economic observația cu privire la non-neutralitatea denominării, pe care anterior o deduceam etic. Mai mult, nu avem nici o garanție că raportul de schimb 1: 10000 va fi respectat. Este foarte posibil ca acesta, în realitate, să fie de 3: 10000, adică să avem încă de la început o inflație în lei noi.

Ce deducem din non-neutralitatea denominării? Redistribuţia avuţiei, asemenea cazurilor de inflație și deflație confiscatorie, și o *posibilă,* nu necesară, creștere *temporară* a cererii de monedă. (14 ani de inflație vor fi lăsat urme adânci în memoria concetățenilor noștri, ce nu sunt atât de ușor de șters, printr-o simplă tăiere de zerouri.*)*

Denominarea și economisirea

Se afirmă că o consecință a denominării este creșterea economisirii, văzută, în acest context, ca o premisă a scăderii ratelor dobânzii și a creșterii economice viitoare. Nu neg legătura dintre scăderea *voluntară* a preferinței temporale a indivizilor, cu urmarea firească a scăderii ratelor dobânzii (originară și de piață) și investirea în procese de producție mai capitaliste (mai productive). Veriga cauzală care lipsește în raționamentul actual este dacă în mod necesar denominarea, chiar și cea eficientă (din punctul de vedere al BNR) – soldată cu creșterea cererii de monedă – conduce la modificarea (la scăderea) preferinței de timp a indivizilor sau cel puțin la o redistribuție a avuției în favoarea celor ce au o preferință de timp mai scăzută. Ambele situații nu ar fi decât niște accidente. Asemenea mizei principale – creșterea cererii de monedă – și creșterea economisirii se încadrează în același scenariu al întâmplării ridicate la rangul de teorie.

Inconsecvențe?

Banca Națională mizează pe o creștere a cererii de monedă în sens restrâns (cererea de deținere monetare) a indivizilor, ce ar duce, *ceteris paribus*, la o scădere a prețurilor. Să-și fi depășit guvernanții „teama” de scăderea în masă a prețurilor? Sau aceasta apare doar când strategia o impune?! Nu ar trebui totuși să ne „îngrijorăm”: cantitatea de lei noi nu este fixă, în sistemul bancar în continuare se va practica rezerva fracționară. Leul va reîncepe, cât de curând, să sufere de pe urma aceluiași proces inflaționist de creștere a masei monetare.

Teoreticienii unui sistem al liberei întreprinderi bancare cu rezervă fracționară se alătură poziției *mainstream* în pledoaria pentru o creștere a ofertei de monedă în vederea echilibrării unei creșteri a cererii de monedă. În acest mod este sprijinită, cu argumente ce se doresc teoretice, *value free* (neutre față de valori), necesitatea unei creșteri a masei monetare care să echilibreze creșterea cererii monetare. Economiștii austrieci misesieni susțin, în tradiție clasică, din contră, echilibrarea naturală pe piață a cererii (efective, demonstrate în acțiune) cu oferta de monedă, pe două căi convergente: prin creșterea ofertei de bunuri și servicii și/sau prin reducerea consumului și a economisirii-investirii.

Din perspectiva acestei controverse, pare foarte probabil ca o eventuală creștere a cererii de monedă să fie întâmpinată, cât de curând, de o creștere a masei monetare (exprimate în lei denominați), pentru realizarea „echilibrului” monetar.

În concluzie, este interesant de remarcat că, prin această propunere, Banca Națională recunoaște implicit că o masă monetară nominal mai redusă nu are un efect depresiv asupra activității economice, că derularea schimburilor de bunuri și servicii pe piață contra monedă poate fi realizată de o cantitate oarecare de monedă, cu alte cuvinte că orice cantitate de monedă este optimă, echivalent cu a spune că într-un sistem cu monedă fiduciară creșterea masei monetare – prin orice mijloace s-ar înfăptui ea – nu are nici o justificare economică.

Concluzie

Relevanța teoretică a dovezilor empirice aduse în favoarea denominării monedei este redusă. Prețurile și evoluția lor istorică reprezintă fenomene sociale complexe, supuse unor multiple influențe. În realitate, condiția de *ceteris paribus* nu se mai păstrează; o creștere a cererii de bunuri poate să fie întâmpinată, pe piață, de o ofertă sporită. Cum anume va evolua prețul într-o asemenea situație, în comparație cu perioada anterioară, teoria economică nu poate spune cu certitudine. Prin urmare, scăderea ratei inflației în țările care au recurs la această măsură poate fi rezultatul unor alte evenimente, eventual din sfera ofertei.

Nu susțin aici că este *imposibil* ca denominarea monedei să sporească cererea de monedă, i.e. să atenueze anticipările inflaționiste ale populației. Este important însă să clarificăm sursa reală, obiectivă a creșterii generalizate, continue a prețurilor, în loc să recurgem (eventual periodic) la o culpabilizare a populației pentru anticipările inflaționiste (subiective) pe care le-a dezvoltat (fără să fi avut motive?).

Chiar dacă denominarea va avea rezultatul pe care mizează Banca Națională, acesta va fi de scurtă durată. Inflaționarea ulterioară a masei monetare – prin tipărirea de bancnote și expansiunea creditului – va duce, din nou, la creșterea prețurilor și la crearea unor anticipări inflaționiste (dacă acestea au avut răgazul necesar să dispară).

Denominarea este, așadar, un mijloc agresiv pentru atingerea, îndoielnică, a unui obiectiv – diminuarea anticipărilor inflaționiste – dificil de izolat.

De ce ne temem de monopol?

Puține sunt persoanele care să nu deplângă creșterea prețurilor. Iar când aceasta se întâmplă într-un domeniu cu un singur ofertant, diagnosticul este clar: monopol. Cumpărătorii sunt asupriți. Prețul este prea mare. Cantitatea oferită este prea mică. Supărați, cetățenii invocă, prin vocea economiștilor, puterea legislativă pentru a pune capăt acestui abuz. Să se împiedice orice tranzacție care ar duce la concentrarea în mâinile unui singur ofertant (persoană fizică sau cartel) a ofertei pentru un anumit produs, întrucât în mod sigur acesta va utiliza noile circumstanțe în folosul propriu *și* în detrimentul cumpărătorilor. Monopoliștii actuali să fie dezmembrați, să plătească statului (!) pentru vina de a-i asupri pe consumatori. Să fie promovată concurența, altminteri nu avem o piață liberă.

Cumpărătorii sunt supărați, iar teoreticienii pieței libere descumpăniți. Ce se întâmplă? Să fie virtuțile pieței libere atât de limitate? Unde au dispărut oare celebra „suveranitate a consumatorului", „armonia intereselor", creșterea producției, grație cărora proprietatea privată este atât de apreciată? Să existe totuși un compromis între proprietate și bunăstare și un rol legitim al statului, chiar strecurat în sistemul economic pe ușa din spate, când piața liberă a dat greș?

Aparent, nimic mai logic. Numai că aparența ne induce în eroare. Clarificarea tuturor tarelor de care s-ar face vinovați monopoliștii conduce la concluzii surprinzătoare: îmbucurătoare pentru monopoliștii sectorului privat, dar devastatoare pentru stat, ca vânzător de privilegii speciale. Deoarece efectele negative pentru consumator, care sunt asociate de obicei cu activitatea monopolistului (vânzătorului unic al unui anumit bun) din sectorul privat, sunt rezultatul interdicțiilor statului în calea schimburilor libere și a vânzării ulterioare de privilegii speciale celor ce reușesc să plătească prețul oficial sau mita sau să satisfacă cerințele statului.

Puțini sunt cei care încearcă să vadă dincolo de sloganele populiste și să analizeze cu luciditate științifică natura economică a acestui fenomen și acuzele care i se aduc. În prezent, critica (austriacă) a teoriei neoclasice a monopolului (prin Walter Block[3], Hans-Hermann Hoppe[4]) reafirmă și continuă analiza lui Murray Rothbard din *Man, Economy, and State*[5]. Abordarea lui Rothbard este firească: dacă dorim să criticăm un fenomen, este preferabil să începem prin a-l

3 Walter Block, „Austrian Monopoly Theory: A Critique", *Journal of Libertarian Studies* 1 (4), p. 271-279.
4 Hans-Hermann Hoppe, *Teoria socialismului și a capitalismului,* cap.9
5 Vezi cap.10 din *Man, Economy, and State*

defini, prin a remarca diferențele dintre situația de monopol (care ne supără) și cea de piață „competitivă” (față de care nu avem obiecții), mai cu seamă dacă dorim să luăm măsuri legale împotriva monopolistului. În consecință, Rothbard procedează sistematic: scoate în evidență neajunsurile teoretice ale abordării neoclasice și reinstaurează vechea analiză, clasică, desigur, cu clarificările de rigoare. Dacă în *Man, Economy, and State* este preocupat de dărâmarea falselor argumente ale neoclasicilor, în *Power & Market* aplică soluția sa unei sfere largi, variate de intervenții ale statului, limpezind economic și etic discuția. Standardul față de care se analizează performanțele monopolului este, în teoria neoclasică, piața cu concurență perfectă, cu o existență recunoscut pur teoretică și, în plus, zic austriecii, cu mari probleme de ordin teoretic. În cele ce urmează, prin preț „competitiv” vom înțelege acel preț ce ar apărea pe o piață liberă dacă monopolistul nu ar recurge la restrângerea ofertei.

Rothbard demonstrează că etic, *pe o piață liberă*, monopolistului nu i se poate aduce acuza de încălcare a drepturilor nimănui, așadar, nu datorează restituție nici unei victime, iar economic, simplul fapt că este unicul ofertant al unui anumit bun nu reprezintă un motiv suficient pentru ca prețul care se formează astfel să poată fi diferențiat de orice alt preț al pieței. Critica se derulează, prin urmare, pe două fronturi: economic, încercând să definim prețul de monopol pe o piață liberă, să-l distingem de restul prețurilor (dacă ar fi posibil); etic, stabilind în ce măsură monopolistul este vinovat de încălcarea drepturilor de proprietate ale unei alte persoane, în cazul de față cumpărătorul.

Cum ne afectează monopolul

De unde publicitatea aceasta negativă de care „se bucură” monopolistul? În fond, dacă nu ar exista el, nimeni altcineva nu ar oferi bunul respectiv pe piață. Dar, se susține, monopolistul, concentrând în mâinile sale întreaga sau majoritatea ofertei unui anumit bun, descoperă secretul creșterii veniturilor totale: scăderea cantității oferite, ce ar conduce la o creștere a prețului, în așa fel încât veniturile totale obținute în noile condiții sunt mai ridicate decât altminteri, i.e. dacă nu ar fi scăzut cantitatea oferită. Cumpărătorii ar suferi de pe urma acestei politici: ar cumpăra mai puține bunuri și la un preț superior. Întrebarea este: cine oare nu procedează astfel? Nu este absolut normal ca, *ceteris paribus*, i.e. făcând abstracție de satisfacția de ordin psihic pe care o încearcă producătorul/vânzătorul, acesta să fie interesat de obținerea celui mai mare venit posibil, date fiind condițiile de cerere și ofertă pe piața pe care acționează?

Pentru noi, consumatorii, este desigur frustrant să auzim sau chiar să vedem cum unii producători preferă să arunce o parte din marfă decât să o vândă cu un preţ mai scăzut[6]. Toţi producătorii sunt siliţi, datorită rarităţii bunurilor şi cererii consumatorilor, să-şi limiteze comparativ oferta. Unii dintre ei au în vedere veniturile viitoare, consumatorii viitori. Nu este normal ca un producător să aprecieze ca fiind mai rentabilă o eşalonare a producţiei în timp?

În fond, în ce calitate îl forţăm pe monopolistul – proprietar de bunuri să ofere mai multe bunuri decât ar dori? Cumpărătorul nu are nici un drept de proprietate asupra bunurilor oferite de producători. Influenţa sa se exercită nu la nivelul proprietăţii fizice, ci al valorii acesteia. Capitaliştii-proprietari de bunuri şi producători nu îl pierd nici un moment din vedere pe consumator. Este în interesul lor să aleagă acea combinaţie tehnologică şi inter-temporală a utilizării resurselor prin care să ajungă exact la bunurile, în cantităţi şi la preţuri, agreate de cumpărător. Nu trebuie să îi reamintim noi, cumpărătorii, tot timpul că producţia este subordonată cererii, tot astfel cum mijloacele sunt subordonate scopului.

Dar fiecare proprietar decide, cu ajutorul calculelor economice, anticipând cererea, în ce măsură doreşte să se implice în schimburi, i.e. în ce grad consimte să-l servească pe consumator. Mecanismul prin care producătorul alege din varietatea de bunuri şi de metode tehnologice ce anume şi cât să producă şi să ofere este calculul economic, ce evidenţiază anticipările antreprenoriale cu privire la cererea cumpărătorilor ale capitalistului-producător. Acesta este instrumentul indispensabil al aprecierii comparative a diverselor proiecte de investiţii. Prin calcul economic – antreprenorial, anticipativ – producătorul alege acel proiect ce promite, *ceteris paribus*, cel mai mare profit (abstracţie făcând, ca mai sus, de aspectele de ordin pur psihic, de ex. situaţia în care un pacifist convins renunţă să investească în armament, cu toate că, monetar, afacerea s-ar dovedi foarte rentabilă). Această „căutare” a celui mai mare profit anticipat se susţine că ar garanta alocarea economică a resurselor şi satisfacerea (*ex-ante*, anticipată) a consumatorilor. Dar la acelaşi scenariu apelează şi monopolistul. Şi el alege varianta care, conform propriilor previziuni, îi aduce cel mai mare profit. Prin ce se distanţează povestea sa de cea a celorlalţi producători? Răspunsul este: prin absolut nimic. Dacă într-adevăr calculul economic oferă avantajul alocării *ex-ante* raţionale a factorilor de producţie, iar pentru aceasta avem nevoie *doar* de un mijloc generalizat de efectuare a schimburilor – moneda – într-o economie cu diviziune a

6 Distrugerea unei părţi a producţiei în vederea creşterii preţului şi, probabil, a veniturilor totale este un caz extrem, desigur.

muncii și proprietate privată asupra factorilor de producție, atunci limitarea capacității coordonatoare a acestui instrument puternic al economiei raționale – calculul economic – este total abuzivă.

Din punct de vedere etic, nu putem aduce nici o obiecție producătorului pentru că decide să distrugă o parte din producție. Este proprietatea lui, el hotărăște ce utilizare îi dă. Această diferență dintre cantitatea produsă și cantitatea oferită este expresia unei erori antreprenoriale a producătorului, recunoscută ca atare: previziunile sale antreprenoriale cu privire la rentabilitatea cantității produse s-au modificat. În noile condiții anticipate ale cererii, o cantitate mai scăzută ar aduce, conform părerii sale, venituri mai ridicate. Să nu credem că doar cumpărătorii regretă reducerea cantității de produse! Și producătorul regretă investirea trecută eronată, risipirea unor factori de producție, a unor bani, pe care i-ar fi fructificat în altă parte. Reducerea cantității oferite este doar răspunsul la această eroare. Același lucru se întâmplă, în fond, nu numai pe această piață cu un singur ofertant. Ori de câte ori, ca urmare a erorilor antreprenoriale, un producător are pierderi sau dă faliment, capacitatea sa de a continua producția la același nivel este diminuată, respectiv anulată. În astfel de cazuri, economiștii nu mai deplâng scăderea producției, ci glorifică mecanismul profitului și al pierderii de pe piață, ce îi elimină în mod natural pe cei ce risipesc resursele.

Obținerea unor venituri superioare depinde, desigur, de reacția consumatorilor. Dacă aceștia, prin preferințele lor, ar boicota acțiunea monopolistului, acesta ar suferi, comparativ, pierderi. De unde deducem că suferința cumpărătorilor – care, pe ansamblu, sunt dispuși să dea acum o sumă mai mare de bani pentru a obține bunul – este cauzată de propriile preferințe. Mai mult, succesul monopolistului nu este garantat. Este posibil ca *ex post* să constate că s-a înșelat, că cererea consumatorilor, prin configurația sa, nu i-a permis atingerea unor venituri superioare.

Din discuția de până acum deducem că, pe o piață liberă (pe care statul nu se implică în calitate de producător sau de emitent de reglementări) monopolistul nu se deosebește cu nimic de ceilalți producători: apelează la calculul economic, anticipează cererea viitoare, încearcă să obțină cele mai mari venituri, dată fiind această cerere, ajustează cantitatea oferită în funcție de modificarea propriei percepții a mersului pieței, se supune voluntar alegerilor consumatorilor etc. Așadar, nici *conceptul* de preț de monopol nu poate fi izolat, teoretic vorbind, de oricare alt preț al pieței libere. Etic, monopolistul nu îl agresează pe cumpărător, nu apelează la

mecanisme agresive, oficiale sau private, prin care să împiedice pe oricine altcineva să intre în branșă.

Operaționalitate și drept

Până în acest moment am stabilit că nu există un *concept* de preț de monopol teoretic valid *și* operațional – concret identificabil – pe o *piață liberă*.

Chiar dacă ar exista criterii de identificare a prețului de monopol de prețul pieței, tot nu am avea motive temeinice de incriminare a monopoliștilor. Domeniul legii, conform teoriei libertariene, ar trebui să aibă în vedere exclusiv încălcările drepturilor de proprietate. Atâta timp cât schimbul dintre vânzător și cumpărător se derulează pe o piață liberă (aceasta fiind definită prin caracterul voluntar al schimburilor, nu printr-o caracteristică de ordin cantitativ economică – număr vânzători, cumpărători etc.) nu putem începe o acțiune legală împotriva monopolistului, conform teoriei libertariene. Nu numărul de ofertanți sau de cumpărători ne indică în ce măsură o piață este liberă, ci prezența sau absența agresiunii sistematice, instituționalizate, exercitate de stat. Încercarea de a emite judecăți etice prin raportare la numărul de participanți pe piață este contradictorie, întrucât, înainte de a participa la schimburi, trebuie soluționată problema proprietății bunurilor care participă la schimburi.

Punctul forte al criticii aduse de economiștii austrieci – Murray Rothbard, Walter Block, Hans-Hermann Hoppe – teoriei neoclasice a monopolului este, așadar, relevarea caracterului voluntar al tranzacției dintre monopolist și cumpărători.

Să presupunem că avem criterii economice operaționale de identificare a prețului de monopol. În aceste condiții, ce șanse ar avea, într-o societate libertariană, cumpărătorii – în calitate de victime identificate a acțiunii monopolistului de creștere a prețului și de scădere a cantității oferite – de a câștiga procesul împotriva unui monopolist? Îndrăznesc să afirm că nici una. Da, *ceteris paribus,* bunăstarea mea s-a redus ca urmare a scăderii cantității oferite și a creșterii comparative a prețului. Cu aceeași sumă de bani pot achiziționa acum o cantitate mai mică de bunuri și servicii. Judecătorul este însă preocupat nu de bunăstarea mea subiectivă – care poate fluctua din multe cauze – ci de respectarea drepturilor de proprietate. Am cumva un drept la un anumit preț pe piață? Nu, prețul – pe o piață liberă de intervenția statului (și numai acolo) – este rezultatul acordului între cumpărător și vânzător. A spune că eu, cumpărătorul, am un drept de a cumpăra un bun la un anumit preț, în nici un caz la un preț superior, este echivalent cu a nega dreptul

vânzătorului de a încerca să utilizeze așa cum consideră el mai bine proprietatea sa legitimă. Într-un articol recent[7], Hans-Hermann Hoppe și Walter Block identifică eroarea teoretică implicită a celor ce îl incriminează pe monopolist: drepturile de proprietate definite nu în termeni fizici – operaționali, non-conflictuali în principiu și non-contradictorii – ci în termeni valorici. Cu aplicație la cazul monopolului, cum aminteam mai sus, cumpărătorul pare să aibă un fel de drept de a hotărî *unilateral* cât anume să fie adus pe piață și la ce preț, ceea ce, din punct de vedere strict economic este imposibil, iar etic este echivalent cu negarea parțială a dreptului proprietarului asupra proprietății sale legitime. Formarea unui preț depinde de existența a două persoane cu evaluări inverse pe scările lor de valori a celor două bunuri care se schimbă. Schimbul este posibil când cumpărătorul apreciază mai mult bunul pe care dorește să-l achiziționeze decât acela la care renunță; asemenea, vânzătorul.

Dacă monopolistul poate fi dat în judecată pentru că practică un preț „prea mare", atunci orice alt vânzător – pe o piață cu mai mulți ofertanți – poate fi în egală măsură învinuit că nu practică un preț mai scăzut. Să nu uităm că, din perspectiva unilaterală a cumpărătorului, nici un preț nu este îndeajuns de scăzut. Cumpărătorii sunt dispuși să primească și cadouri...

Identificarea economică a prețului de monopol este o condiție necesară, dar nu și suficientă pentru ca acest concept să devină relevant în drept. Diferențierea economică a prețului de monopol de un alt tip de preț – prețul pieței – s-ar baza pe criterii de ordin calitativ, nu cantitativ. Dimensionarea cantitativă ar putea fi rezultatul unei aprecieri de ordin antreprenorial în sistemul judiciar concurențial al pieței libere, așa cum restituția cuvenită victimei unui viol nu ar fi în pericol de a fi anulată doar pentru că este dificilă dimensionarea monetară a răului pricinuit.

Intuiția lui Murray Rothbard a fost, așadar, corectă. Combaterea de pe o poziție economică a teoriei neoclasice a monopolului a avut darul de a ne aduce aminte că nu putem face știință cu metafore și concepte contradictorii sau vagi, iar soluția etică pe care o aduce – identificați dacă vreun drept legitim de proprietate a fost violat, apoi vorbiți de acționarea în justiție – ne atrage atenția, o dată în plus, asupra scoaterii nejustificate din sfera activităților legale a unor schimburi voluntare.

---

7 „On Property and Exploitation", *International Journal of Value-Based Management*, 15, p. 225-236, 2002.

Amestecul statului și monopolul

Dacă pe o piață liberă nu am reușit să-i găsim nici o vină, economic sau etic, ofertantului unic de bunuri, întrucât prețul la care vinde este tot preț al pieței, pe o piață supusă intervenției statului, lucrurile sunt diferite. Aici se verifică toate acuzele ridicate împotriva monopolistului de pe o piață liberă: limitarea coercitivă de către stat a accesului pe piață este cauza ofertei scăzute și a prețului mai ridicat decât ar fi fost în absența acestor reglementări, a rigidității în ajustarea calitativă a producției; frustrarea resimțită de unii cumpărători este justificată, întrucât ei se confruntă acum cu prețuri mai ridicate decât ar fi fost în absența intervenției. Nu numai cumpărătorii sunt negativ afectați. Și producătorii coercitiv excluși sunt siliți să aleagă o alocare suboptimală a resurselor proprii.

Problema amintită mai sus, anume că pe o piață liberă nu puteam diferenția teoretic prețul de monopol de un preț al pieței, dispare aici. Statul este conceptual distinct de piață. La fel, consecințele economice: prețul format pe o piață reglementată și cantitatea tranzacționată sunt diferite de cele ce ar apărea pe o piață liberă *deoarece* circumstanțele care le dau naștere sunt diferite. Dacă într-o ordine a proprietății private acțiunea legală împotriva monopolistului nu se justifică etic, pe piața privilegiilor singura măsură juridică în consonanță cu o perspectivă liberală este îndepărtarea obstacolelor puse de stat în calea schimburilor libere. Fără a-i încadra automat în categoria unor agresori, producătorii ce satisfac noile condiții impuse de către stat sunt avantajați, întrucât competitorii lor sunt excluși de pe piață. Și aceste avantaje de tip monopolist se încadrează astfel în schema redistributivă generală ce caracterizează orice acțiune a statului.

Ciuntirea dreptului legitim al proprietarului-producător de a se angaja cu resursele sale în orice activitate dorește, atâta timp cât nu încalcă dreptul de proprietate al altuia, creează condițiile prielnice acelui fenomen mult-discutat și înfierat numit corupție.

Ca exemple de intervenții ce creează avantaje de tip monopolist, menționăm: licențele, standardele de calitate, tarifele și alte obstacole în calea comerțului liber, salariul minim, subvențiile acordate șomerilor, patentele etc. Fără a intra aici în detaliile specifice fiecărui tip de reglementare, să precizăm că întotdeauna scopul declarat al statului este unul de corijare a unei presupuse erori sau limitări a pieței. Convenabil politic și cu rezultate economice nefaste, desigur. În plus, multe dintre restricțiile în calea schimburilor libere se încadrează în ceea ce Ludwig von Mises denumea dinamica intervenționismului, ca explicație economică dată creșterii statului:

identificarea (eronată) a unei situații de criză sau inițierea uneia, intervenția ulterioară creatoare de noi probleme ce se cer rezolvate și așa mai departe.

Concluzie

Cu relevarea adevărului despre monopol s-a prăbușit încă un mit al „incompetenței” pieței libere. Mai mult, întreaga campanie împotriva „monopoliștilor” ar trebui, de fapt, îndreptată împotriva propriilor intervenții ale statului, creatoare de avantaje speciale.

„Ce se vede și ce nu se vede” … pe panourile electorale

Studenții care au parcurs un curs de teorie economică știu, desigur, de ce am folosit ghilimelele în titlu: acesta este titlul unui magistral eseu de economie ce-i aparține lui Frederic Bastiat[8], un mare economist francez din secolul al XIX-lea, ale cărui învățăminte au fost reluate, sub aceeași formă aparent introductivă, în secolul XX de Henry Hazlitt cu a sa (de asemenea apreciată) „Lecție de economie”[9].

Ne propunem să aplicăm înțelepciunea argumentului lui Bastiat momentelor electorale (trecute și viitoare) cu a lor promisiune de activism etatist. Asaltați prin toate mijloacele mass-media de tot felul de promisiuni sau de aduceri-aminte a „realizărilor trecute” – concret, a se vedea panourile publicitare ale PSD-ului/Adrian Năstase cu cele „400 de săli de sport” construite – simțim lipsa unui criteriu după care să le evaluăm. Cel mai adesea se mizează pe trezirea sau reactualizarea interesului personal, care, o dată ce am pășit în sfera manevrării politice a resurselor, intră în mod necesar în conflict cu interesele personale ale altor alegători. Aceasta este evident diferită de furnizarea și achiziționarea non-conflictuală a bunurilor pe o piață liberă. De la Bastiat reînvățăm lecția fundamentală a teoriei economice: raritatea resurselor-mijloace, necesitatea efectuării de către proprietarul lor a unei comparații între variatele alternative de utilizare a proprietății sale, pe baza unui calcul economic, „existența” unor efecte contrafactuale ce însoțesc orice decizie economică.

Vom vedea că, în cazul manevrării de către stat a unor resurse economice, etic și economic această întreprindere nu poate fi susținută: se pornește de la dobândirea unor venituri în condiții agresive – impozitare și/sau inflație – se continuă cu redirecționarea unor factori de producție dinspre utilizările lor pe piața liberă către alte întrebuințări, politic agreate. Conflictul de la nivelul proprietății se transpune economic prin haos calculațional. Dacă guvernanții – trecuți și viitori – scot în evidență alocarea politică a resurselor, este bine să le aducem aminte că în mod necesar alte utilizări, etic și economic preferate, au fost astfel împiedicate să fie înfăptuite.

Ce se vede …

Să reluăm pe scurt argumentul economic al lui Bastiat, pe care îl vom completa cu considerațiile etice necesare. Bastiat discută un caz la prima vedere extrem de simplu: spargerea unui geam, ca o formă de

8 De găsit pe internet la www.bastiat.org sub titlul *Ce qu’on voit et ce qu’on ne voit pas.*

9 Henry Hazlitt, *Economics in One Lesson,* New York, London: Harper and Brothers.

încălcare (chiar și accidentală) a proprietății patronului unui magazin. Reducerea dimensiunii proprietății (din care făcea parte și geamul) îl pune pe proprietar în fața necesității de reevaluare a alternativelor/scopurilor posibil de atins cu resursele sale. Bastiat presupune în continuare că cea mai importantă opțiune pe noua scară de valori – ca ierarhie a scopurilor de atins cu mijloacele deținute în proprietate – devine înlocuirea geamului. Aceasta este echivalent, în jargon economic, cu creșterea cererii pentru geamuri, însoțită de o creștere a veniturilor totale ale geamgiului. Astfel că, la prima vedere, un fapt economic (și etic) negativ – și anume distrugerea unui bun economic / a proprietății – se transformă în stimulent economic pentru activitatea producătoare de geamuri. Teoretizând, agresiunea însoțită de diminuarea cantității de bunuri economice (de consum și/sau de producție) ar fi stimulentul – cât de necesar? – unor ramuri economice, lucru văzut de unii ca dezvoltare economică. Contraintuitiv, desigur...

Ne-am limitat însă la ceea ce se vede. Rezolvarea aparentului paradox vine o dată cu evidențierea a „ceea ce nu se vede”, adică a efectelor contrafactuale.

... și ce nu se vede

„Ce nu se vede” sintetizează alegerile contrafactuale ale celor implicați în acțiune, alternativele la care se renunță, opțiunile care sunt împiedicate să se manifeste tocmai ca urmare a alegerii făcute. De pildă, aleg să audiez un curs la facultate, renunțând la toate alternativele posibil de atins cu mijloacele pe care le am în proprietate, bunăoară, renunț la vizionarea unui film (să spunem că aceasta este cea mai valorizată preferință la care renunț, costul alegerii mele). Că alegerea se impune în această lume a rarității resurselor cu întrebuințări alternative (plecând de la raritatea timpului și a resurselor corporale ale individului) este un lucru evident.

În eseul lui Bastiat, proprietarul magazinului renunță la cumpărarea unui alt bun pe care l-ar fi achiziționat dacă geamul ar fi rămas întreg. În consecință, cererea pentru acest bun și veniturile vânzătorului său sunt mai scăzute decât altminteri. Dacă mai sus aminteam de impulsionarea activității geamgiului, ar trebui ca acum să vorbim de decăderea activității croitorului. Cum rezolvăm această dilemă? A cui activitate trebuie să o sprijinim? Este acesta un conflict de proprietate? Putem să aducem argumente economice – din moment ce etic nu putem, ar însemna să susținem o agresiune – în favoarea geamgiului? Din punct de vedere economic, rămânem la observația că urmările unei agresiuni (individuale, în cazul de față) sunt în mod

necesar însoțite de costuri. În sine, această observație este importantă, dacă ne gândim la faptul că de mult prea multe ori acest adevăr economic elementar este uitat. (Mă refer aici la cei care proslăvesc perioada comunistă pe motivul că „a construit”; sunt uitate însă mijloacele agresive utilizate și faptul că, altminteri, alte construcții ar fi apărut: într-un context etic legitim, reflectând preferințele proprietarilor *și* în condiții economic eficiente.) De asemenea, faptul că spargerea geamului nu reprezintă alegerea proprietarului său, ci este o agresiune, prilejuiește evaluarea comparativă a urmărilor vizibile și a contrafactualelor.

De ce este important „ce nu se vede”

Pentru a înțelege importanța mesajului pe care ni-l transmite Bastiat, să precizăm că această comparație între alternativa aleasă și cea mai bună alternativă la care s-a renunțat (costul economic prin excelență) este comparația relevantă atât în momentul *ex ante* al acțiunii, cât și *ex post* – cel în care se evaluează, fie doar subiectiv, fie în termeni monetari, succesul sau, din contră, insuccesul alegerii făcute. Că suntem interesați de buna alegere și de bunul mers al alegerilor noastre – adică facem apel la metode raționale de estimare a veniturilor și costurilor – este de la sine înțeles.

Comparația între „ceea ce se vede” și „ceea ce nu se vede” – și care, atenție!, nu are cum să apară în statistici – este relevantă atât la nivel individual, cât și atunci când apreciem efectele unei intervenții a statului în economie. Bunăoară, afirmăm că, prin politici de îngrădire a comerțului, diviziunea muncii, specializarea și, în consecință, cantitatea de bunuri și servicii sunt mai scăzute decât ar fi fost în absența acestor măsuri.

Bunăstarea și ...spargerea geamurilor

O condiție esențială a schimburilor voluntare de bunuri și servicii este aceea că fiecare partener la schimb apreciază mai mult bunul pe care dorește să-l primească decât cel pe care îl cedează. De aici observația că schimburile voluntare sunt reciproc avantajoase, adică cel puțin *ex ante* bunăstarea indivizilor participanți la schimb este mai mare decât în absența acelui schimb. Nu astfel stau lucrurile cu acțiunile agresive: victima în mod demonstrabil este obligată să-și modifice preferințele, să accepte, de pildă, cedarea unui bun pe care, în condiții voluntare, îl valorizează mai mult decât alternativele.

Concluzia logică: toate formele de distrugere pe cale agresivă a proprietății conduc în mod necesar la diminuarea bunăstării victimei. Cu o proprietate (mijloace rare) mai restrânsă pot fi atinse mai puține scopuri decât cu o proprietate mai extinsă. De asemenea, victima

agresiunii va trebui să-și reconfigureze scara de valori – preferințele gradate în funcție de importanța lor, așa cum este aceasta percepută de către individ – ținând cont de noile condiții. De bună seamă că alocarea diferită a resurselor sale se va solda cu creșteri, respectiv diminuări contrafactuale ale veniturilor altor persoane cu care intră în schimb. Unii vor avea de câștigat, alții de pierdut. Din păcate, câștigul unora, mai cu seamă că acesta *se vede*, este folosit de multe ori ca justificare a agresiunii inițiale.

Precizez aici că este vorba de o distrugere agresivă a proprietății. Dacă proprietarul însuși decide în mod voluntar să renunțe la o parte din deținerile sale, chiar prin arderea sau distrugerea în alt fel a bunurilor sale, concluzia de mai sus nu se aplică. Dreptul de proprietate include dreptul de a renunța la proprietate – economic vorbind, devine bun economic *absența* acelui obiect indezirabil – desigur, fără invadarea nepermisă a proprietății legitime a altor persoane. Dacă proprietarul însuși al magazinului, în exemplul lui Bastiat, ar fi spart singur geamul sau ar fi angajat pe cineva în acest sens, cu scopul de a-l înlocui sau, de ce nu, ca recreere, nici economic, nici etic nu-i putem aduce vreo obiecție. Bunăstarea sa *a crescut*, *ceteris paribus*, întrucât a dus la bun sfârșit cea mai importantă preferință a sa, stabilită în condiții nonagresive. Soluția distrugerii de către proprietar a unor bunuri (de pildă, gunoiul) este însă limitată într-o economie bazată pe cooperare socială și pe schimb. Acele bunuri ce își pierd valoarea (subiectivă) de utilizare pentru proprietarul lor se pot dovedi a poseda o valoarea de schimb (sunt cerute de alte persoane), astfel că proprietarul renunță la distrugere și intră într-o relație de schimb voluntar reciproc avantajos sau împarte cadouri.

Consecința distrugerii agresive a proprietății este, prin urmare, creșterea contrafactuală a proprietății (eventual) – și a bunăstării (*ex-ante*, în mod necesar) – unor indivizi (în cazul nostru, agresorul, în primul rând, apoi alte persoane non-agresive: geamgiul și, în continuare, vânzătorii bunurilor și serviciilor pe care le va achiziționa acesta cu venitul suplimentar), însoțită de scăderea contrafactuală a proprietății și a bunăstării altor indivizi (proprietarul ale cărui bunuri au fost distruse inițial, precum și alți furnizori de bunuri și servicii pe care acesta le-ar fi cumpărat în absența agresiunii). Dată fiind dimensiunea subiectivă a importanței atașate de indivizi preferințelor proprii – inclusiv costurilor – este imposibil din punct de vedere științific să însumăm aceste valori subiective ale preferințelor diverșilor indivizi și să comparăm sumele astfel calculate. În jargon economic, nu putem face comparații interpersonale de utilitate. Economic vorbind, întreprinderea însăși de calculare a eficienței

„sociale” a unei invaziuni agresive a proprietății nu este posibilă. Rămâne de aplicat strict principiul etic, ce ne spune că agresiunea nu poate fi justificată. În fond, o dată ce încălcarea proprietății este evidențiată, apelarea la vreun concept de eficiență care să o justifice este fără acoperire etică. Economicul nu face decât să ne arate haosul calculațional ce însoțește în mod necesar conflictul ne-natural de la nivelul proprietății.

Publicitatea privată versus publicitatea electorală

De mai sus rezultă în mod evident prezența unor costuri – adică a unor alternative nerealizate – și în cazul alocării pe cale politică, de către stat, a unor resurse. Așadar, toate „realizările” – vizibile – ale vreunei guvernări, trecute, prezente sau viitoare, nu rămân fără costuri. Aceasta înseamnă că cele 400 de săli de sport ale lui Năstase au folosit resurse cărora li s-ar fi dat de către proprietarii legitimi pe o piață liberă o altă întrebuințare.

Îmi veți răspunde, și pe bună dreptate, că orice acțiune umană, orice alegere implică niște costuri, o alternativă la care se renunță. Este adevărat, numai că, dacă într-un schimb voluntar, participanții la schimb apreciază mai mult, cel puțin *ex ante*, bunurile pe care doresc să le dobândească decât cele pe care le cedează, într-o acțiunea agresivă lucrurile sunt diferite. În condiții agresive sau de amenințare cu agresiunea, demonstrarea în acțiune a adevăratelor preferințe ale individului este împiedicată prin însuși actul agresiv. Așadar, toată discuția revine la veșnica întrebare: este impozitarea un exemplu de schimb voluntar pentru toți cei taxați sau reprezintă doar o instanțiere a unei agresiuni – instituționalizate, în cazul de față? Există vreo diferență între cumpărarea unei pâini pe piață și „consumarea” serviciilor furnizate de educația publică, cea finanțată prin impozite?

Să nu uităm, prin urmare, că orice promisiune electorală – din partea oricărui partid politic – este de fapt o promisiune a unei impozitări viitoare. Spre deosebire de piața liberă, unde schimburile sunt voluntare, iar fiecare individ păstrează controlul deplin asupra proprietății sale legitime. Dacă pe piața liberă, ca ansamblu al schimburilor voluntare, există un proces dinamic de ajustare a producției la dorințele de consum ale populației, prin mecanismul profitului și al pierderii, acesta lipsește cu desăvârșire o dată ce statul este cel ce utilizează factorii de producție. Alocare rațională a factorilor (să nu uităm, rari) de producție – pe piață – versus haosul redistributiv, clientelar etatic, prin managementul birocratic. Așadar, pornim la drum cu o metodă oneroasă de finanțare – impozitare și

inflație – și continuăm cu un haos calculațional, de direcționare a unor resurse economice.

Sunt mari deosebiri între publicitatea privată – adică cea plătită de firme private – și publicitatea electorală, plătită de finanțatorii partidelor pentru a atrage electoratul.

Publicitatea privată reprezintă o etapă din complicata structură de producție a unui produs, prin care se transmite informația referitoare, în primul rând, la existența pe piață a bunului în cauză – informație esențială pentru consumator, care-l scutește de numeroase costuri monetare și non-monetare. O dată cu creșterea numărului de produse pe piață, apelul la publicitate devine o condiție aproape necesară pentru o firmă doritoare să atragă cumpărători. Aceste cheltuieli de publicitate sunt o parte din cheltuielile de producție, adică din efortul financiar al producătorului de a produce și de a vinde bunul. Pe o piață liberă, firma privată obține venituri și, eventual, profituri, într-un singur mod: servind clienții. Doar dacă bunul corespunde preferințelor clienților și ei acceptă să achite suma minimă la care e dispus vânzătorul/producătorul-proprietar să cedeze bunul, acesta va reuși să încaseze o sumă de bani ce-i permite începerea unui nou proces de producție. Altminteri – dacă bunul nu este agreat de către clienți sau/și dacă suma minimă pretinsă de vânzător li se pare prea ridicată – schimbul nu are loc, iar producătorul va suferi pierderi, ce-i vor afecta negativ proprietatea, inclusiv capacitatea financiară de a reinvesti.

Din cele precizate mai sus, să accentuăm caracterul voluntar al schimbului dintre vânzător și cumpărător. Adică vânzătorul nu bagă mâna în buzunarul clientului și nici nu-l așteaptă seara pe o alee întunecoasă pentru a-i smulge cu forța banii cu care el va achita ulterior costul publicității.

Nu așa stau lucrurile în cazul publicității electorale. În primul rând, publicitatea electorală nu ne prezintă alternative ale unor (pachete de) bunuri economice, ci alternative de „rău” economic, începând de la modalitățile coercitive de obținere a resurselor financiare – impozitare și inflație – până la risipirea resurselor economice, favorizarea unor grupuri sociale pe seama altora etc. Chiar dacă finanțarea publicității electorale se realizează din fonduri private legitim câștigate prin participare la cooperarea socială a pieței, lucrurile nu se opresc aici. De ce ar dori cineva să cheltuiască sume considerabile – renunțând la alternative remunerative pe piață – dacă nu cu gândul de a câștiga mai târziu, însă de data aceasta cu mijloace politice? Există, într-adevăr, și situații în care finanțarea acestui tip de publicitate din bani onest obținuți are ca scop „cumpărarea” unui

drept legitim al proprietarului-producător, de pildă obținerea unor reduceri de impozite, scutirea de unele taxe vamale etc. Dacă finanțarea publicității electorale se face din banii colectați prin impozitare sau provin din creșterea masei monetare – inflație – ea devine moralmente condamnabilă.

Dacă publicitatea privată promovează bunuri ce pot fi testate nemijlocit de cumpărător și la care, în fond, se poate renunța, asupra promisiunilor electorale nu avem nici un control, indiferent de partidul care le pune în aplicare. Suntem obligați să le „susținem" cu banii care vrând-nevrând ne sunt luați prin impozite. Faptul că oamenii iau în seamă panourile electorale și cântăresc ofertele electorale – fără a-și mai pune întrebarea de unde provin resursele economice necesare realizării lor și în ce chip reușește aparatul de stat să le obțină – este, din păcate, o dovadă a erorii intelectuale în care se găsesc.

Concluzii

Orice alegere implică alternative la care se renunță, i.e costuri. Afirmația se aplică, desigur, și furnizării de către stat a unor bunuri și servicii. Pentru ca alocarea unor resurse să fie considerată eficientă la un moment dat de către proprietarul lor, este necesar ca alternativa aleasă să fie apreciată de către acesta ca fiind mai importantă decât cea mai valorizată alternativă la care a renunțat. În cazul direcționării de către stat a unor resurse, această judecată agregată de eficiență – acum la nivel „social", total desprinsă de contextul teleologic al proprietarilor legitimi – nu poate fi realizată; însuși faptul că așteptăm o justificare economică la o problemă ce acceptă doar soluții de ordin etic este o dovadă că în analiză s-a strecurat o greșeală. Putem spune însă cu certitudine că întregul proces redistributiv – de obținere a resurselor monetare prin impozitare și cel de cheltuire a lor pentru factorii de producție necesari proiectelor statului – este echivalent cu o diminuare a proprietății și a bunăstării proprietarilor legitimi (și, în continuare, a persoanelor cu care aceștia ar fi intrat în schimb).

Astfel, ori de câte ori aspiranții la poziții-cheie în aparatul de stat – sau cei deja aflați acolo – ne promit sau ne „oferă" diverse „bunuri" (finanțate pe căile agresive ale impozitării și/sau inflației) să ne aducem aminte cel puțin că toate acestea au un cost, suportat de noi.

TERRA LIBERTAS

Terra Libertas